

## A Ludopolítica e o Advento da Gamificação na Escola

### Ludopolitics and the Advent of Gamification at School

Rogério de Melo **Grillo**

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Regina Célia **Grando**

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

#### RESUMO

O lúdico ainda é apreendido no campo acadêmico, no senso comum e nos discursos pedagógicos no Brasil, como sinônimo de jogo, brincadeira, brinquedo e até mesmo de gamificação. Outrossim, é um vocábulo que se tornou banal e vulgarizado no cotidiano, em virtude de ser empregado para qualificar ações de alegria, formato e classificação de brinquedos, obras de arte, discursos políticos partidários, métodos didático-pedagógicos etc. Dito isso, depreendemos que o lúdico, sob a perspectiva da Ludopolítica, é manobrado discursivamente para escamotear as verdadeiras finalidades de grandes corporações e instituições que, basilarmente, objetivam o lucro, a produção, menos o próprio lúdico. Com base nas práticas de ludicização, essas empresas, atuantes em diversas esferas da sociedade, engendram um processo de dissociação do potencial emancipatório das pessoas. Quer dizer, trocam a autonomia e a liberdade de expressão, por alternativas tecnicistas, rápidas, superficiais, gamificadas e acríticas no trabalho, na escola e no tempo livre, fazendo com que as pessoas acreditem que tais atividades são deveras lúdicas. Nessa perspectiva, o escopo deste artigo é apresentar laconicamente o movimento lógico-histórico da “Quinta Virada Lúdica”, com vistas a escrutinar os discursos e práticas de ludicização, como a gamificação e sua inserção na educação. Concomitantemente, produzimos uma narrativa mediante nossos estudos e vivências sobre o modo como esse fenômeno da ludicização, sinteticamente, tem deturpado o jogo e o lúdico no âmbito escolar, sob a égide de modelos empresariais neoliberais.

**Palavras-chave:** Lúdico. Jogo. Ludopolítica. Práticas de Ludicização. Gamificação

#### ABSTRACT/RÉSUMÉ/RESUMEN

The ludic is still apprehended in the academic field, in common sense and in pedagogical discourses in Brazil, as synonymous with game, play, toy and even gamification. Furthermore, it is a word that has become banal and popularized in everyday life, due to being used to qualify actions of joy, format and classification of toys, works of art, partisan political speeches, didactic-pedagogical methods, etc. That said, we infer that the ludic, from the perspective of Ludopolitics, is discursively maneuvered to hide the true purposes of large corporations and institutions that, basically, aim at profit, production, less the ludic itself. Based on ludicization practices, these companies from different spheres of activity, engender a process of dissociation of people's emancipatory potential. In other words, they exchange people's autonomy and freedom of expression for technical, fast, superficial, gamified and uncritical alternatives at work, school and free time, making people believe that such activities are truly playful. From this perspective, the scope of this article is to briefly present the logical-historical movement of the “Fifth Ludic Turn” and, from that point on, scrutinize the discourses and practices of ludicization, such as gamification and its insertion in school education. At the same time, we produced a narrative from our studies and experiences about how this phenomenon of ludicization has distorted the game and the ludic in the school environment, under the aegis of neoliberal business models.

**Keywords:** Ludic. Game. Ludopolitics. Ludicization Practices. Gamification.

## 1 GAMIFIQUE-SE!

*Compreender o fenômeno é atingir a essência. Sem o fenômeno, sem a sua manifestação e revelação, a essência seria inatingível.*

**Karel Kosik.**

A epígrafe de Karel Kosik nos possibilita pensar que a essência da coisa (objeto de conhecimento) se manifesta no fenômeno, como uma espécie de atividade. Então, podemos epilogar que não se deve generalizar o fenômeno de determinado objeto de conhecimento sem conhecer a fundo as suas particularidades. Nesses termos, se nos reportarmos ao estudo da história do desenvolvimento de certo objeto de conhecimento (por exemplo, o jogo e o lúdico), esse movimento engendra, por sua vez, as bases fundamentais à compreensão mais profunda atinente a sua essência. Subsequentemente, ancorados na história do objeto de conhecimento, necessitamos revisitar a sua definição, para ressignificar, retificar, complementar e desenvolver os conceitos que o expressam. Por um lado, a teoria do objeto viabiliza o fundamento do estudo de sua história, por outra faceta, o estudo da história potencializa as bases teóricas, aperfeiçoando-as, corrigindo-as, modificando-as e desenvolvendo-as.

Grillo (2021) identificou que há cinco transições no movimento lógico-histórico das teorias sobre jogo e lúdico, os quais designou de “viradas lúdicas”. Ao averiguarmos esses momentos de transição, obtemos importantes elementos que propiciam conceber os modos em que se constituíram as teorias gerais sobre jogo, os debates históricos que fomentaram rupturas teóricas, a construção de discursos respeitantes ao lúdico e as relações de poder entre as áreas de conhecimento.

O autor supracitado justifica que elaborou a expressão “virada lúdica”, com vistas a sintetizar certos períodos específicos, nos quais as investigações concernentes às teorias gerais sobre jogo, às concepções a respeito da brincadeira e às tentativas de construção de conceitos para se definir o lúdico, urdiram novos paradigmas e formas de se pesquisar tais fenômenos. Em resumo, cada virada lúdica deslindou demarcações epistemológicas, problematizações e questionamentos correspondentes aos modelos, valores, critérios de avaliação e de princípios metafísicos, que nortearam as pesquisas e concepções respeitantes ao tema em pauta.

Dessarte, essa espécie de “demarcação epistemológica” indicada por Grillo (2021), nitidifica que não intercorreram rupturas ou cortes epistemológicos radicais com as teorias ou paradigmas de jogo e lúdico já desenvolvidos (assim, suplantando-os). Pelo contrário, as viradas lúdicas são balizadas por delimitações teóricas e metodológicas, porquanto esse processo se traduz como um movimento, pelos quais as teorias não são totalmente negadas, conquanto muito criticadas e, em algumas circunstâncias, abandonadas.

Considerando esse quadro, à guisa de aclaração, não basta analisar as relações conceituais entre jogo, lúdico e Ludopolítica em um sentido geral, criando jargões como “o lúdico é educativo”, “o jogo gera desenvolvimento”, “a gamificação propicia a construção de conhecimentos”, “a ludicidade é engajadora”, entre outros engodos. Em vez disso, faz-se fulcral dar importância à análise das peculiaridades, consonâncias e dissonâncias no âmago do fenômeno estudado. Nesse sentido, depreendendo os conceitos de jogo e lúdico, para justamente não incorrer no erro de fetichizá-los, nem banalizá-los, como decorre no bojo da Ludopolítica no cenário neoliberal.

Dito isso, focaremos especificamente na “quinta virada lúdica”, posto que representa a conjuntura atual dos estudos e pesquisas atinentes à temática em questão. Por estarmos

vivenciando essa quinta virada lúdica, torna-se imprescindível, pôr em pauta, uma análise crítica acerca de seu mote, tendendo à observação da desreferencialização<sup>1</sup> do jogo e do lúdico pelas práticas de ludicização. Cabe apregoar que no contexto hodierno, a Ludopolítica implica, necessariamente, o uso de discursos e práticas que põem em curso algumas das facetas mais perversas do neoliberalismo sustentadas supostamente no lúdico.

Conquanto não seja uma tarefa fácil, tentaremos dilucidar brevemente o movimento lógico-histórico da “quinta virada lúdica”, com a finalidade de embasamento para escrutinar discursos e práticas de ludicização, como a gamificação e sua inserção na educação escolar. *Pari passu*, propugnaremos as formas como este fenômeno da ludicização tem deturpado o jogo e o lúdico no âmbito escolar, sob a égide de modelos empresariais neoliberais (meritocracia, estudo do comportamento, empreendedorismo, cognitivismo, tecnicismo, ranqueamento, produtividade, dentre outros).

À vista do aludido, subdividimos este artigo em duas seções, afora o presente prólogo e as considerações finais: “A 5ª Virada Lúdica: a Ludopolítica no contexto Neoliberal”; “A gamificação como prática de ludicização na escola”. Intencionamos, com a sobredita sistematização, desintrinçar os baldrames de tais práticas, mormente, no tocante à gamificação no âmbito escolar, como uma técnica empresarial e *coaching* contrária aos preceitos alvitados pela Educação.

## 2 A 5ª VIRADA LÚDICA: A LUDOPOLÍTICA NO CONTEXTO NEOLIBERAL

“JOGUE 8 HORAS!”, “SEM IDEIAS!”, “CONFORMAR!”,  
“OBEDEÇA!”.

*Eles vivem (1987) – John Carpenter*

A quinta virada lúdica se originou com o aparecimento da gamificação, dos jogos empresariais, da privatização do tempo livre e dos discursos e práticas de ludicização<sup>2</sup>, na década de 2010. Atinente a esse período, Ghiraldelli (2022, p. 77-78) analisa que:

O homem deixou de ser objeto da política enquanto alguém que tinha um tempo de trabalho específico e um local de trabalho, também específico [...]. [Destarte], [...] a expressão “jornada de trabalho” perdeu o sentido, todo o tempo de vida do homem se tornou, então, tempo de trabalho, muitas vezes confundido por ele próprio como tempo de entretenimento.

---

<sup>1</sup> A desreferencialização do lúdico é o ato de “[...] apartar o seu conceito de seu referente. Subsequentemente, convertendo o conceito em uma palavra (signo) desprovida de significação. Destarte, o lúdico tem sido tomado como uma palavra desreferencializada, ou seja, tornou-se um símbolo multifacetado para adjetivar variados objetos, discursos e ações externas às pessoas” (GRILLO; NAVARRO; SANTOS RODRIGUES, 2022, p. 123).

<sup>2</sup> Para mais detalhes, ver: GRILLO, R. M.; GRANDO, R. C. Ludopolítica: práticas de ludicização. In: SAKAMOTO, C. K.; MALTA CAMPOS, M. C. (Orgs.). **Brincar, cuidar e educar**. 1. ed. São Paulo: Gênio Criador Editora, 2021, v. 1, p. 32-49.

O autor susodito explica que a pessoa foi integralmente abarcada pelo capital em todas as esferas de sua vida. Tanto no trabalho, quanto no seu tempo livre, ela foi entretida pelas práticas de ludicização, que compõem a Ludopolítica.

Nesses moldes, fazemos uso do último termo sobredito, para designar um modo intencional e metódico de controle e gerenciamento das nossas formas de divertimento, de tempo livre e da nossa expressividade. É uma maneira de pôr em movimento uma das muitas engrenagens perniciosas do neoliberalismo, mediante discursos e práticas subsidiados supostamente no lúdico. Abordando de outra forma, o lúdico é usado para anuviar os verdadeiros propósitos de grandes corporações e instituições privadas, atuantes nas diversificadas esferas da sociedade. Estas empresas, por meio de técnicas de ludicização, imbricam trabalho e tempo livre, visando dirimir a autonomia e a liberdade de expressão das pessoas reconditamente, a partir de alternativas tecnicistas, rápidas, superficiais, gamificadas e acríticas. Ora, a finalidade é fazer com que as pessoas acreditem que as suas práticas laborais sejam realmente lúdica (“trabalhar se divertindo”). Pode-se inferir, então, que o sujeito se transmutou em uma espécie de “capital humano”, que se remete à uma liturgia psicométrica (ser medido constantemente), seja na empresa, ou ainda nas redes sociais, no seu tempo livre, no lazer e na escola.

À guisa de exemplificação, as empresas introjetaram, em seus trabalhadores, o ideário de que se “pode produzir (trabalhar) se divertindo”. Não basta ser “empreendedor de si”, é primordial ser um “sujeito positivo”, engajado, proativo. É nessa configuração que a vida do sujeito do neoliberalismo se coaduna intrinsecamente ao trabalho capitalista (prestação de serviços).

Já na escola, pode-se “aprender divertindo”. É sob esse *modus operandi* que a gamificação e os jogos empresariais, oriundos de instituições privadas e com vieses neoliberais, adentram-se na escola e na formação continuada dos professores. Em uma recente pesquisa acadêmica voltada à educação escolar, defendeu-se o “xadrez gamificado”: “[...] ao se sugerir esse tipo de inovação educacional baseada na gamificação das atividades pedagógicas, propõe-se a utilização de recompensas, como os emblemas digitais, por exemplo, conferindo-se assim maior ludicidade à sala de aula” (ESCOBAR, 2021, p. 41). “A educação com uso lúdico tem se mostrado uma importante ferramenta, pois aproxima o aluno do conteúdo através da motivação e ganho de interesse, pois [...] a atividade lúdica agrada, entretém, prende a atenção, entusiasmo e ensina com maior eficiência [...] estimulando diversos sentidos ao mesmo tempo e sem se tornar cansativo” (FALKEMBACH, 2013 apud ESCOBAR, 2021, p. 41. Grifo nosso.). No campo das Ciências Exatas esse jargão do “aprender divertindo” é ainda mais acentuado, a fim de camuflar possíveis dificuldades dos estudantes em relação aos conteúdos escolares.

São exatamente discursos como esses que propalam a concepção de que toda gamificação é lúdica e educativa *per se* e que, por esse motivo, gera aprendizagem, é motivadora e engajadora, ensina com eficácia, entretém etc. Aliás, no presente exemplo, é peremptório indicar que o “xadrez gamificado” é reputado como uma ferramenta ou objeto externo às pessoas (lúdico como “emblemas digitais”, “importante ferramenta”). No mais, são discursos dessa natureza que retroalimentam o alastramento de ideias como: “a gamificação ou o xadrez deixa o aluno mais inteligente”, “quem é bom no xadrez é excelente na Matemática”, “a gamificação é a metodologia do professor 4.0” e assim continuamente.

Respeitante às redes sociais, com fundamento nos jogos digitais e, especialmente, nas chamadas “atividades gamificadas”, as pessoas estão produzindo informações e mais-valia social, pelo simples fato de “estarem em rede”. Ora, ao se envolverem nestas atividades gamificadas em rede, as pessoas se submetem à algoritmização que, em suma, é um processo

de controle por intermédio de algoritmos. Em outras palavras, é recolher dados de uma pessoa ou mais, por exemplo, a partir de seus comportamentos digitais. Cada instante que a pessoa joga digitalmente em rede, acessa *sites*, realiza enquetes em redes sociais, precipuamente, está produzindo um apanhado de dados. Essas informações aprimoram os algoritmos e, por seu turno, um detalhamento minucioso desta pessoa é traçado, de tal modo a delinear toda a sua conduta na rede (construção de perfil). O fito é antever os comportamentos das pessoas, objetivando direcioná-los, esquadrihá-los ou até neutralizá-los.

Ademais, elas creem que estão se divertindo nessas atividades, mas, com efeito, estão contribuindo para aperfeiçoar os algoritmos e, conseqüentemente, aprimoram as máquinas que lhes ofertam “divertimento” (apresentado como lúdico às pessoas). Nesse contexto, a Ludopolítica tem atuado como mecanismo que concatena pessoa e máquina, sistematizando modos de algoritmização do nosso comportamento e expressividade em jogos digitais, ou ainda, em redes sociais via gamificação e outras dinâmicas supostamente divertidas.

A esse respeito, Ghiraldelli (2022) e Berardi (2020) trazem à baila o conceito de subjetividade maquínica, como uma forma de subjetivação. Quer dizer, são os sujeitos que estão incutidos na máquina, exatamente no cerne do intercâmbio contínuo de informações e dados. Ao se adaptarem a esse modo de subjetividade, os sujeitos podem então trabalhar e viver nas redes sociais. *Pari passu*, consolidando-se como “[...] prosumidores – produtores e consumidores ao mesmo tempo (subjetividade maquínica)”. (GHIRALDELLI, 2022, p. 80).

Na esteira desse panorama, inferimos que o movimento ludopolítico desreferencializa o lúdico, instrumentalizando-o para outros fins. A suposta mecânica do jogo (gamificação) é instituída para finalidades meritocráticas, tecnicistas e comportamentais. Em seu imo, a Ludopolítica transmuta em “lúdico” quaisquer objetos e situações externas às pessoas.

Inobstante a quinta virada lúdica traga muitos elementos teóricos e metodológicos das viradas precedentes, desde a quarta virada lúdica, é notório o aparecimento de um discurso ludopolítico (GRILLO; GRANDO, 2021), como mecanismo neoliberal de tomada e gerenciamento do nosso tempo/espaco para expressarmos em situações de comportamento lúdico (jogo, brincadeira etc.).

Estamos em um período de capitalização do nosso divertimento, do nosso tempo livre, isto é, de uma financeirização do lúdico e de um direcionamento da nossa liberdade rumo às práticas de desempenho (meritocracia), cujo intuito é a liberdade para a produtividade e para a vigilância. É nesse viés que a exploração do lúdico se torna eficiente, na medida em que acarreta lucros, dados e informações, ranqueamentos, comportamentos estereotipados e, finalmente, artifícios de controle que não necessitam de coerção, ou seja, trata-se de técnicas que seduzem as pessoas à própria vigilância.

### **3 PRÁTICAS DE LUDICIZAÇÃO: A GAMIFICAÇÃO INVADE A ESCOLA**

*Gamification is not really a style of game design or a manner of putting games to use. Rather, it's a style of consulting that happens to take up games as its solution. Despite appearances, this adoption is not very interested in the possibilities and potential of games as such.*

**Ian Bogost**

A ludicização é balizada, nesse texto, como um ato discursivo de tornar lúdico, objetos e ações que, com efeito, não são lúdicos. A título de exemplo, inferir que um brinquedo é lúdico porque é colorido e tem diversas funcionalidades como sons e movimentos (interações). Ou mesmo, asseverar que uma tarefa no trabalho é lúdica, em virtude de ter dinâmicas e exercícios gamificados, embasados em Tecnologias Digitais de Comunicação e Informação. É precisamente com base nestes tipos de discursos, que emergem a Gamificação, os jogos empresariais, as avaliações gamificadas, os quizzes e/ou outras práticas de ludicização arquitetadas por Coaches e Departamentos de Marketing.

Grillo e Grando (2021b) compendiam diversificadas práticas de ludicização, tais como: os jogos empresariais; a avaliação gamificada; a ideologia “*do it!*”; viagens a trabalho com a ilusória perspectiva de viagem a lazer; avaliações de desempenho gamificadas e enquetes “lúdicas” de setores de RH; as atividades *maker*; os formulários com visual de jogo (mas que não são jogo); as atividades no formato *Canva*; os quizzes (*Kahoot*, *Wordwall*, *Mentimeter*, *Socrative* etc.); os aplicativos de redes sociais com formato de *quiz* sobre signos do zodíaco, comidas, lugares, moda etc. (*Blah*, *WHAT*, *Wombo AI* e outros); a construção de avatares nas redes sociais, classificação de jogos e brinquedos como lúdicos para ampliar vendas (indústria dos jogos/brinquedos); uso de jogos pedagógicos, práticas de lazer ou esportes de participação como alicerce para discursos políticos partidários, entre outros.

Fundamentalmente, inferimos que as práticas de ludicização são técnicas que se respaldam em uma hipotética extensão do paradigma do jogo e do lúdico, aspirando searas das quais essas práticas são usualmente refusadas, como o mundo do trabalho, a política partidária, a educação escolar, as plataformas empresariais etc. Nesses termos, tendo o intuito de agradar e engajar (“lúdico”) em vez de oprimir (“trabalho”, “tarefa”, “obrigação”).

Vale sublinhar que essas técnicas são embasadas supostamente no “lúdico”, o qual é concebido como um elemento externo à pessoa. Por isso, propiciam interligar trabalho e lazer, de tal modo que o tempo livre seja subsumido e confundido com tempo de trabalho, que se torna algo obducto nesta conjuntura. Para consolidar essa tendência, os discursos empresariais defendem fielmente que o lúdico (materializado por intermédio de práticas de ludicização) propicia desenvolver a criatividade e o divertimento em benefício da produção, do engajamento e da satisfação no trabalho.

À luz dessas explicações, é precípuo elucidar que as práticas de ludicização estão em voga na nossa sociedade há 25 anos aproximadamente, como produto da inter-relação entre “*coachismo*” (aparecimento dos gurus, tutores, tutores, treinadores, motivadores e especialistas em variadas áreas da vida cotidiana), financeirização, precarização do trabalho, novos estudos/pesquisas focados no comportamento humano (neobehaviorismo, inteligência artificial, neurociência, biotecnologia, bioengenharia, cognitivismo etc.), métodos de intervenção e treinamento no mundo do trabalho (neoescolanovismo e neotecnicismo como técnicas pedagógicas, *mindfulness*, PNL etc.) e do advento do *marketing* (cultura *maker*) e do empreendedorismo.

Nessa acepção, o conceito de ludicização permanece peremptoriamente adido ao marketing e à sociedade neoliberal de desempenho. À custa disso, as práticas de ludicização (e.g., a gamificação) tendem a utilizar e a propulsar uma visão reducionista do lúdico (como também do jogo, do tempo livre etc.), propendendo à garantia de status de objeto ou discurso persuasível.

Vejamos alguns exemplos práticos para ratificar as nossas argumentações teóricas. Recentemente, recebemos alguns e-mails de uma dessas comunidades de gamificação. Trata-

se de um domínio/plataforma gerido por um professor, o qual segue o lema: “Bora transformar as aulas comuns da sua matéria em aulas engajadoras, com Gamificação!”. É crucial destacarmos que esse professor tem vários seguidores em seu canal no *YouTube*, no seu grupo de *WhatsApp* e, além disso, promove eventos educacionais. Seus alunos são outros professores que atuam em escolas públicas e privadas. A seguir, deslindamos alguns *e-mails* na íntegra, conforme assunto em pauta:

*Amanhã começa a 4ª Semana XXX.*

*Neste evento online e gratuito eu vou mostrar as duas potencialidades da GAMIFICAÇÃO NA EDUCAÇÃO.*

*1. Ela pode resolver os teus problemas pedagógicos, ou seja, tuas aulas ruins podem ser impactadas com esta metodologia, vou dar um passo a passo.*

*2. Ela pode resolver teus problemas financeiros, ou seja, se você ganha mal como professor/a, você pode superar esta dificuldade, vou mostrar o caminho (E-mail enviado pela Comunidade XXX em 01/08/2021, às 19:14).*

*“Odeio o meu emprego! - disse o professor”.*

*Esta frase é impactante, contudo, pode expressar o cotidiano de muitos de nós, lamentavelmente...*

*Repare que o professor disse: “Odeio meu EMPREGO!”*

*Ele não disse que odiava o seu TRABALHO. Este “detalhe” é muito importante... pois demonstra o que já venho observando nas formações de professores.*

*Os professores estão insatisfeitos com as condições de seus empregos, mas AMAM a EDUCAÇÃO. Não querem abandonar a escola ou a universidade...*

*Se as condições melhorarem, os professores se motivarão ainda mais... e esta motivação passa pelo ganho mensal, sem dúvida... embora muitos não queiram admitir.*

*É sobre esta premissa - que nós educadores amamos educar - e gostamos do que fazemos e faríamos ainda mais se não nos sentíssemos desmotivados - que eu avancei nesta 4ª Semana XXX pro tema dos dois problemas dos professores (pedagógico e financeiro).*

*Chega de dissimulação... chega de desviar do assunto... vamos falar abertamente que precisamos ganhar mais como professores/as!*

*Porém, este é o problema... e a solução? Eu creio que ela está na nossa capacidade de tornar nossos saberes e práticas pedagógicas em uma fonte de renda mensal.*

*Se você pegar o que você domina, o que você pratica e funciona nas tuas aulas, empacotar em formato de um curso e divulgar para outros educadores... tenha certeza que eles vão te pagar pra aprender contigo... mas, por que você não faz isso?*

*Provavelmente porque não sabe como fazer... não sabe como operacionalizar uma oferta de curso... Ou você não tem nenhum diferencial que atraia possíveis clientes, como a gamificação no meu caso, por exemplo. Pois bem... Hoje na AULA 4 da Semana XXX vamos resolver isso, pra abrir a porta de cursos pra você e você conseguir DOBRAR TUA RENDA.*

*Vou te mostrar como você assumir o controle da tua vida e da tua carreira e sair desta situação de desvalorização profissional e financeira.*

*Eu já faço isso a [há] muitos anos e decidi compartilhar meu passo a passo com vocês... venham e aprendam... (E-mail enviado pela Comunidade XXX em 05/08/2021, às 20:39).*

*Olha só... Aviso geral, pra todo mundo...*

*É sua última chance de entrar no Grupo VIP do Manual da Gamificação com desconto que vai rolar amanhã.*

*Você ainda não entrou no grupo né? Então está desistindo da gamificação sem nem ter começado?*

*Sinto muito pela sua decisão... queria que você melhorasse suas aulas, mas pelo visto você não quer (respeito tua decisão, apesar de não concordar com ela).*

*Acho que é meu dever te informar que você está deixando sua última oportunidade passar, e com isso suas aulas vão continuar a mesma coisa (E-mail enviado pela Comunidade XXX em 24/10/2021, às 20:18).*

Percebe-se nestas falas que a gamificação, na condição de prática de ludicização, é considerada a tábua de salvação para todos os problemas da educação escolar: pedagógicos, estruturais, formativos, financeiros etc. Esses discursos, enquanto estratégias propagandísticas, atuam diretamente no contexto da formação acadêmica inicial e continuada. Para tal, basta analisarmos acuradamente as videoaulas ou *lives* disponíveis por essa comunidade, ou por outras empresas educacionais de natureza neoliberal.

Inclusive um desses sistemas de ensino neoliberais proferiu em 2020, a *live* intitulada “Gamificação e possibilidades para aulas em tempos de pandemia”<sup>3</sup>. Sob o esteio do slogan “o uso de jogos educativos no aprendizado é uma maneira divertida e poderosa de motivar os alunos”. Os palestrantes trataram lúdico, jogo e gamificação como análogos. No mais, designaram a gamificação como sinônimo de “progresso”. Tal-qualmente esse sistema, outro semelhante redigiu<sup>4</sup> que a gamificação possibilita uma maior interação social, aulas dinâmicas, diálogos produtivos, alunos mais engajados e motivados, maior absorção e retenção do conteúdo, enfim, que todo o processo de ensino e de aprendizado decorre de maneira lúdica e, conseqüentemente, tornar-se-ia “mais fácil”!

Muito se falou, mas pouco se demonstrou em se tratando de práticas e pesquisas com a gamificação no contexto escolar. Esses predicados atribuídos à gamificação não foram sedimentados pelas empresas em questão. Os raros exemplos explicitados, relacionados aos discursos articulados por elas, tão-apenas proporcionaram a depreensão de que o lúdico e o jogo, nestas exposições organizadas (*lives*), estão a serviço do neoliberalismo, que os reduzem a rótulos, mercadorias, objetos de barganhas e ascensão financeira. Destarte, desempenhando a função de sustentação de um discurso à comunidade, empregado para se vender uma ideia de sentimento de liberdade, diversão, motivação e prazer às pessoas.

Liado a isso, nota-se que a gamificação é idealizada como algo positivo, um tipo de elemento motivador que incentiva as pessoas a terem um “comportamento de jogador”. Em outros termos, essa prática de ludicização é professada por essas empresas (e muitas outras), como uma maneira lúdica de fomentar atividades “mão na massa”, outrossim, a realização de tarefas sob pressão, o trabalho ou o estudo sem descontentamento e sempre com produtividade.

Esses discursos vão ao encontro da asseveração de um dos apóstolos da ludicização, Jesse Schell (2010), o qual propugnou que a gamificação é uma tendência clara de que as

---

3 Cf.: <https://www.youtube.com/watch?v=d5zxzss0sGo&t=5s>.

4 Cf.: <https://sae.digital/gamificacao-na-educacao/>. SAE Digital.

peessoas querem trocar o seu cotidiano eficiente, por um cotidiano mais divertido e prazeroso (algo lúdico segundo o autor). Porém, precisamos frisar que esse cotidiano lúdico, insinuado por Jesse Schell, continua eficiente e com altas demandas de produção. Ora, lazer, lúdico e trabalho se concatenam intrinsecamente, de maneira a não se saber mais se está trabalhando, descansando ou jogando.

Han (2018) defende que gamificar é uma “dinâmica de elementos do jogo”, mas que não é jogo, porém é uma estratégia empregada para engajar as pessoas, influenciando o comportamento delas em diferentes conjunturas (escola, trabalho, tempo livre etc.). A gamificação, à vista disso, “[...] emocionaliza e até dramatiza o trabalho, criando assim mais motivação. Através da rápida sensação de realização e do sistema de recompensas, o jogo gera mais desempenho e rendimento” (HAN, 2018, p. 69).

De acordo com Tulloch e Randell-Moon (2018), a gamificação é promovida no discurso político, educacional, midiático e corporativo como uma atividade divertida, lúdica e desafiadora, adaptada à geração digital. Por isso, é revestida de um discurso que a coloca como essencial para se obter resultados de aprendizagem e maior satisfação de alunos e funcionários. Entretanto, os autores citados são divergentes quanto a esse posicionamento. Para eles a gamificação está intrinsecamente engrazada a práticas de controle, individualização, competitividade/rivalidade, ranqueamento e vigilância. Isto denota que o discurso da gamificação combina com uma escola que prioriza o ranqueamento e a meritocracia.

Em linha teórica similar, Rey (2014, p. 291) argumenta que:

The implosion of production and consumption and the resulting spectacle helps to mask the material gain generated via economic gamification. In so doing, it makes a gamified system appear to conform better to the principle that play is unproductive. If the manipulative or exploitative aspects of gamification are too obvious, they will disenchant the gamified system, making it feel highly rationalized and not very game-like<sup>5</sup>.

Rey (2014) compreende que todo o sistema gamificado é racionalizado, manipulado, visa estímulos-resposta e recompensas. Portanto, é oposto ao jogo, já que suprime o potencial criativo e lúdico que este possui. Se analisarmos esta especificidade no âmbito escolar, o jogo seria um tipo de problema ou contexto aberto. Em contraposição, a gamificação é “fechada”, porquanto leva o estudante a uma trilha de respostas e recompensas. Isto é, espera-se que ele vença e produza algo no findar da atividade gamificada. Por seu turno, no jogo não se sabe como se dará seu fim. Aliás, o lúdico é preconcebido como algo relativo, ou seja, uma mesma atividade pode ser lúdica para um estudante e não para outro. Por essa razão, não é prerrogativa da atividade ser lúdica *per se*, mas é mediante a vinculação que a pessoa estabelece com determinado comportamento lúdico. Ora, se é uma relação em que se há uma experiência significativa do próprio estudante (somente pode ser vivenciada e sentida por ele mesmo), logo, podemos compreendê-la como lúdica. Quando o envolvimento do estudante intenciona somente

---

5 Tradução: A implosão da produção e do consumo com o espetáculo resultante, ajudam a mascarar o ganho material gerado por meio da gamificação econômica. Ao fazer isso, faz com que um sistema gamificado pareça estar em melhor conformidade com o princípio de que todo jogo é improdutivo. Se os aspectos manipulativos ou exploradores da gamificação forem óbvios, eles desencantarão o sistema gamificado, fazendo-o sentir-se altamente racionalizado e não muito semelhante ao jogo (REY, 2014, p. 291).

um ganho ou recompensa para além da atividade, e o fazer não desperta um sentido para ele, então, não podemos dizer que seja lúdico.

Corroborando com Rey (2014), compreendemos que a gamificação, na qualidade de prática de ludicização, tem servido unicamente a preceitos neoliberais de controle do tempo livre, criação de perfis de consumidor/trabalhador/aluno, otimização de algoritmos, subjetivação e descrição de comportamentos. Por esse motivo, o jogo e o lúdico deixam de ser pensados como campos de expressividade e criatividade humanas.

#### 4. EM DEFESA DO LÚDICO DIANTE DA SOCIEDADE NEOLIBERAL

Não é suficiente dar às crianças o direito ao jogo, é preciso despertar e manter nelas o desejo do jogo.

**Joseph Leif e Lucien Brunelle**

O lúdico continua sendo concebido no campo acadêmico, no senso comum e nos discursos pedagógicos no Brasil, como sinônimo de jogo, brincadeira e/ou brinquedo. Igualmente, é um vocábulo que se tornou vulgarizado, desreferencializado, tornando um tipo de *flatus vocis* no cotidiano, em virtude de ser empregado para qualificar ações de alegria, formato e classificação de brinquedos, obras de arte, discursos políticos partidários, métodos didático-pedagógicos, atividades escolares, avaliações de todo tipo, festivais ou festas, elaborações culinárias etc.

Contrariamente a essa desreferencialização, sustentamos que o lúdico é um meio de expressividade (livre expressão) da pessoa na sua relação com algum comportamento lúdico (estruturado, semiestruturado ou não estruturado). Isto posto, manifesta-se por intermédio do sentido que a pessoa atribui a essa vivência (afeto). Dito em outras palavras, o lúdico decorre de uma experiência autêntica, que somente pode ser vivenciada e, assim, sentida pela própria pessoa. Nesse entendimento, caracteriza-se por ser subjetivo, pelo fato de ser uma experiência simbólica-emocional direta e singular (biocultural), que suscita sentidos diante dos mais diversificados afetos vivenciados em comportamentos lúdicos.

Nesses moldes, o presente texto propiciou analisarmos que o conceito em questão se apartou de seu referente. De forma mais acurada, transmutou-se em uma palavra desprovida de significação, uma vez que o lúdico tem sido ideado de maneira desreferencializada, quer dizer, um símbolo multifacetado para adjetivar variados objetos e ações, conforme se dilucidou. Todavia, não podemos ser ingênuos, uma vez que o uso da terminologia “lúdico”, sob os ditames da Ludopolítica, evoca um tipo de argumento persuasivo. Posto isso, seduz as pessoas a “trabalharem se divertindo”, a “consumirem mais”, a “permanecerem mais tempo plataformizadas” etc. Em vista disso, o supramencionado termo, que reveste semioticamente as referenciadas práticas de ludicização, dá esteio para que tais práticas atuem como uma espécie de mecanismo mobilizador e açulador.

Com isso, percebe-se que a desreferencialização do lúdico permite que o termo seja manobrado discursivamente, para justamente escamotear as verdadeiras finalidades de grandes corporações e instituições que, capitalmente, objetivam tudo, menos o próprio lúdico. A partir de

práticas de ludicização (gamificação, jogos empresariais, *e-Meeting*<sup>6</sup>, plataformas interativas etc.), diversificadas empresas atuam em variadas esferas da sociedade. Especificado de outra forma, tais corporações tencionam a comutação da autonomia e da liberdade de expressão das pessoas, por alternativas tecnicistas, rápidas, superficiais, gamificadas e acríticas, em que o fito é fazer com que elas acreditem que tais atividades são deveras lúdicas. Entrementes, essas corporações e instituições ambicionam coletar informações a propósito de nossos comportamentos, maneiras de pensar e sentir, e, principalmente, obter dados para construir mecanismos e dispor algoritmos (virtual) mais produtivos e eficazes para garantir o “progresso”, a “otimização”, o “consumo”, a “positividade” e o “engajamento” de colaboradores, alunos, internautas, consumidores em geral etc.

A intenção é “vender o lúdico”, é “ludificar-se” ou “gamificar-se”. Assim, todos aqueles que “consomem o lúdico” têm a liberdade (auto)explorada e a expressividade controlada (virtualmente ou não). Como advertiu Han (2018), quem quiser alcançar um poder absoluto, nesse caso as corporações e instituições privadas, necessitará utilizar não da violência ou da imposição de um discurso verticalizado e coercitivo, mas da liberdade do outro. Isto denota que o lúdico, na condição de expressividade e experiência significativa da própria pessoa em um comportamento lúdico, transmuda-se em um mecanismo de controle no neoliberalismo.

## REFERÊNCIAS

- ANDRADE, E. R.; SANTOS, M. F. G. **Gamificação e vigilância na constituição da subjetividade contemporânea**: a (não) ficção na série Black Mirror. *Guavira Letras*, v. 14, n. 28, 2018.
- BENEVIDES, P. S. **Neoliberalismo, Psicopolítica e Capitalismo da transparência**. *Psicol. Soc.*, Belo Horizonte, v. 29, 2017.
- BERARDI, F. **A fábrica da infelicidade**: trabalho cognitivo e crise da new economy. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.
- BERARDI, F. **Asfixia**: capitalismo financeiro e a insurreição da linguagem. São Paulo: Ubu, 2020.
- BOGOST, I. Why gamification is bullshit. In: WALZ, S. P.; DETERDING, S. (Eds.), **The gameful world**: Approaches, issues, applications. Cambridge: Mit Press, 2015.
- BOLTANSKI, L.; CHIAPELLO, È. **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.
- BONENFANT, M.; GENVO, S. Une approche située et critique du concept de gamification. **Sciences du jeu**, 2, 2014.
- BOULET, G. Gamification Is Simply Bells and Whistles. **eLearn**. n. 11, 2016.
- CRARY, J. 24/7 – **Capitalismo tardio e os fins do sono** (versão E-book). São Paulo: Cosac Naify, 2014.
- DEWINTER, J.; KOCUREK, C. A.; NICHOLS, R. Taylorism 2.0: gamification, scientific management and the capitalist appropriation of play. **Journal of Gaming & Virtual Worlds**, v. 6, n. 2, p. 109–127, 2014.
- DUFLO, Colas. **Jouer et philosopher**. Paris: PUF, 1997.
- ESPOSITO, R. **Bios**: biopolítica e filosofia. Lisboa: Edições 70, 2010.
- EUVÉ, F. **Penser la création comme jeu**. Paris: Cerf, 2000.
- FINK, E. **Play as Symbol of the World and other writings**. Bloomington: Indiana University Press, 2016.
- GENVO, S. Penser les phénomènes de ludicisation du numérique à partir de

---

<sup>6</sup> É uma espécie de reunião interativa criada por empresas de *marketing*, cujo escopo é usar de técnicas gamificadas e da aprendizagem colaborativa, com vistas a recolher e compilar dados, ranquear e traçar perfis de colaboradores (funcionários).

- Jacques **Henriot**. **Sciences du jeu, Experice** - Université Paris-Nord, 2013.
- GHIRALDELLI, P. **Semiocapitalismo**. 2. ed. São Paulo: CEFA Editorial, 2022.
- GRILLO, R. M. **Mediação semiótica e jogo na perspectiva Histórico-Cultural em Educação Física escolar**. Tese (Doutorado em Educação Física) - Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de Educação Física, Campinas, SP, 2018.
- GRILLO, R. M.; GRANDO, R. C. Ludopolítica: práticas de ludicização. In: SAKAMOTO, C. K.; MALTA CAMPOS, M. C. (Orgs.). **Brincar, cuidar e educar**. São Paulo: Gênio Criador Editora, 2021a, v. 1, p. 32-49.
- GRILLO, R. M.; GRANDO, R. C. Ludopolítica: a ditadura da ludicização. **Brazilian Journal of Policy and Development**, v. 3, n. 3, p. 145-163, 8 nov. 2021b.
- GRILLO, R. M.; GRANDO, R. C. **O xadrez pedagógico e a Matemática no contexto da sala de aula**. São Paulo: Pimenta Cultural, 2021c.
- GRILLO, R. M. As Viradas Lúdicas: das metáforas de jogo à ludicização. In: GRILLO, R. M.; GRANDO, R. C. **O xadrez pedagógico e a Matemática no contexto da sala de aula**. São Paulo: Pimenta Cultural, 2021.
- GRILLO, R. M.; NAVARRO, E. R. SANTOS RODRIGUES, G. A BNCC e a (re)invenção do lúdico à brasileira. **Revista Eletrônica Ludus Scientiae**, v. 6 (Contínuo), p. 122-136, 2022.
- GUSDORF, G. L'esprit des jeux. In: CAILLOIS, R. **Jeux et Sports**. Paris: Encyclopédie de la Pléiade, 1967.
- HAN, B. C. **A sociedade do cansaço**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2015.
- HAN, B. C.. **Psicopolítica: O neoliberalismo e as novas técnicas de poder**. Belo Horizonte: Áyiné, 2018.
- HAN, B. C.. **Favor fechar os olhos: em busca de um outro tempo**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2021.
- HAN, B. C.. **Hiperculturalidade: cultura e globalização**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2019.
- HENRIOT, J. **Le Jeu**. Paris, França: Presses Universitaires de France, 1969.
- HENRIOT, J. **Sous couleur de joueurs: La métaphore ludique**. Paris: Ed. José Corti, 1989.
- LAZZARATO, M. **Signos, Máquinas, Subjetividades**. São Paulo: n-1 edições/Edições Sesc São Paulo, 2014.
- PERAN, M. **Indisposición general**. Ensayo sobre la fatiga. Barcelona: Hiru, 2015.
- REY, P. J. Gamification and post-fordist capitalism. In: WALZ, S. P.; DETERDING, S. (Eds.). **The gameful world: approaches, issues, applications**. Cambridge: MIT Press, 2014.
- SILVA, H. La gamification de la vie: sous couleur de jouer? **Sciences du jeu** [En ligne], 1, 2013.
- SPARIOSU, M. I. Dionysus reborn: **Play and the aesthetic dimension in modern philosophical and scientific discourse**. Ithica, NY: Cornell University Press, 1989.
- TULLOCH, R.; RANDELL-MOON, H. E. K. The politics of gamification: Education, neoliberalism and the knowledge economy. **Review of Education, Pedagogy, and Cultural Studies**, v. 40, n. 3, p. 204-226. 2018.
- WHITSON, J. R. Foucault's fitbit: governance and gamification. In: WALZ, S. P.; DETERDING, S. (Eds.). **The gameful world: approaches, issues, applications**. Cambridge: MIT Press, 2014.

**Submetido em maio de 2022.**

**Aprovado em junho de 2022.**

**Rogério de Melo Grillo**

Pós-Doutor em Educação Científica e Tecnológica (UFSC). Doutor em Educação Física pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). Brasil. ID Lattes: 3406955208027254. Orcid ID: 0000-0002-2859-7326.

**Contato:** rogerio.grillo@hotmail.com.

**Regina Célia Grando**

Doutora em Educação pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), Professora Titular na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Florianópolis, SC, Brasil. ID Lattes: 6878232320203358. Orcid ID: 0000-0002-2775-0819.

**Contato:** [regrando@yahoo.com.br](mailto:regrando@yahoo.com.br).